2017년 중국 유자차 시장동향

조사 : aT베이징지사

<생산동향>

❍ 주요 품종은 3가지로, 샤티엔(沙田柚) · 원단(文旦柚) · 자중(杂种柚)이 있음

❍ 푸젠성(福建省) · 광둥성(廣東省) · 광시성(广西省)등 3개 성(省)이 주요 산지로, 중국 전체 유자 생산량의 약 70%를 차지

- 특히 샤티엔(沙田柚)은 200여년의 역사를 가진 주요 재배품목으로, 재배면적이 가장 많으며 주로 광시성에서 생산

❍ 최근('12~'15) 중국의 유자 생산량은 연평균 약 9% 증가

- 유자차 · 유자절임 · 유자술 · 유자기름 등 유자가공품의 수요가 증가하면서, 중국의 유자생산량은 꾸준한 증가세를 보이고 있음

유자 연도별 생산 현황

(단위 :,톤)

연도	2012	2013	2014	2015
생산량	3,370,299	3,717,342	4,064,198	4,367,908

출처 : 중국농업통계자료(中國農業統計資料)

<수입동향>

❍ 중국 세관의 유자차 통관 HS CODE는 2106.90으로 통일 적용되고 있음

❍ 한국을 제외한 브라질, 미국 등 타 국가로 부터의 수입물량은 레몬류(citrus fruit)로 제조된 음료 등 제품에 대한 수입물량으로 유자만의 별도 코드 없음

❍ 현재 한국산의 경쟁상품은 가격이 저렴한 중국업체의 한국 OEM 제품 및 중국 현지 생산제품으로 볼 수 있음

❍ 또한, 한국에서 유자청(유자절임)을 수입하여 현지에서 제조한 한국기업의 현지 생산제품은 한국 직수입 유자차에 비해 가격이 낮고 품질이 떨어지나 한국직수입 제품과 혼돈되어 시장교란 및 과당경쟁의 원인으로 작용

❍ 중국제품의 시장진입으로 시장경쟁은 심화되었으나 아직까지는 한국산 유자차의 경쟁력이 유지되고 있으며 주로 중산층 소비자를 대상으로 판매

중국 유자차(HS:200830) 수입 현황

구분	2014		2015		2016	
	물량(톤)	금액(천$)	물량(톤)	금액(천$)	물량(톤)	금액(천$)
전체	**39,222**	**43,754**	**61,505**	**66,932**	**46,298**	**50,821**
브라질	7,983	7,002	27,997	24,904	33,222	30,939
한국	3,443	8,779	3,968	10,549	4,429	10,870
미국	18,785	19,143	27,782	29,425	7,657	7,697
태국	169	283	150	255	247	423
남아공	20	19	23	47	205	323
코스타리카	8,265	7,529	1,297	1,175	341	267

자료원 : GTA

<유통 및 소비동향>

❍ 대형 유통매장 등 가정용 소비를 중심으로 매년 꾸준한 소비성장세를 보이고 있으며 1선 도시 및 중국 전역에서 판매, 동절기에 소비 증가

❍ 1선 도시 내에서의 소비는 정체상태이지만 중서부 및 서북 등 내륙 지역 수요가 매년 빠르게 증가하고 있어 이들 지역이 수출 증가세를 리드하는 중

- 서북부 지역의 주요 내륙 지역인 후베이성, 허난선, 쓰촨성 등에서 유자차 판매가 비교적 원활히 이루어지고 있어 시장 확대 가능성이 상존

❍ 중국산 제품의 가격이 낮아 판매가 많이 이루어지고 있지만, 유자 함량, 향 등 품질이 좋지 않아, 한국산 유자차 제품으로 구매유도가 가능함

❍ 주로 자가소비 또는 선물용으로 사용하며, 유리병 형태의 1㎏ 및 500g 규격의 제품에 대한 선호도 높음

- 선물용 소비의 경우 단가가 다소 높더라도 품질 및 브랜드를 중요시하고, 외부 박스포장이 있는 제품을 선호

❍ 전자상거래는 대형유통 매장 등 전통적인 유통채널과 함께 유자차의 주요 유통 경

- 중국의 대표적 전자상거래 B2C 플랫폼인 티몰(天猫)에서 한 달간 판매되는 유자차는 약 33만개

- 그 중 중국산이 80%(26만개), 한국산이 20%(7만개)의 비중을 차지

❍ 중국 진출 한국산 유자차가 증가하고 중국산이 지속 출시되면서 저가경쟁이 심화됨

- 저가경쟁으로 티몰에서 판매되는 한국산과 중국산의 가격차이가 점차 축소

- 최근 한국산과 중국산의 가격차는 최대 2위안(340원)에 불과함(500g 제품 기준)

❍ 중국산 제품의 포장 및 용기 디자인이 지속적으로 개선되고 있는 추세

- 중국산 유자차 제품의 포장에 중국어와 한국어를 병기하거나 한국식 제조법을 사용하여 제작하였다고 홍보하는 전략이 보편화되어 있음

- 일부 중국산 제품은 한국산보다 세련된 디자인으로 출시

❍ 저가경쟁을 벗어나 한국 유자차 고유의 프리미엄 브랜드 구축 필요

- 가격경쟁으로는 한국산이 비교우위를 가지기 힘들며, 저가경쟁 지속은 한국 유자차 업계 전체의 이익을 잠식시켜 한국산의 중국 시장 점유율이 하락할 가능성이 큼

☞ 가격경쟁을 벗어나 고급화 전략을 쓸 필요가 있음

- 한국산은 중국산에 비해 유자 함량이 8 ~ 45% 높아 음용 시 유자차 고유의 향과 맛이 뛰어나지만, 한국산 유자차의 포장용기나 홍보문구에서 유자함량의 우위

를 소비자에게 효과적으로 전달하지 못하고 있음

☞ 소비자들이 제품 선택 시 유자함량을 비교하고 구매할 수 있도록, 한국산의 높은 유자함량을 한눈에 인식할 수 있는 제품 마케팅이 필요

- 중국산은 포장에 중국어와 한국어를 병기하거나 한국식 제조법을 사용하였다고 홍보하는 전략이 보편화되어 있으며, 중국산 제품의 디자인이 개선되어 외견 상 한국산 제품만의 차별화 요소가 적음

☞ 단순히 한국어를 표기하고 유자를 강조하는 디자인만으로는 중국산과 차별화가 쉽지 않기 때문에, 한국적이고 고급스런 이미지를 담아낸 고유의 디자인이 필요

중국내 유자차 주요 브랜드

업체명	브랜드	특징	가격(CNY)	판매량/월
절강일파식품유한공사 (浙江一派食品有限公司)	푸스뚜어 꿀유자차 (福事多蜂蜜柚子茶)	원산지 : 중국 (유자함량 : 40%)	19.9/500g (3.98/100g)	10만
양주화신식품유한공사 (揚州和信食品有限公司)	이펑샹 꿀유자차 (宜蜂尚蜂蜜柚子茶)	원산지 : 중국 (유자함량 : 30%)	19.9/500g (3.98/100g)	5만
한성푸드영농조합법인	전남 꿀유자차 (全南 蜂蜜柚子茶)	원산지 : 한국 (유자함량 : 48%)	39.9/1,000g (3.99/100g)	5만
강서한금실업유한공사 (江西韓金實業有限公司)	화성 꿀유자차 (花圣蜂蜜柚子茶)	원산지 : 중국 (유자함량 : 30%)	18.8/480g (3.92/100g)	3만
KJ	KJ 꿀유자차 (kj 蜂蜜柚子茶)	원산지 : 한국 (유자함량 : 75%)	42.9/1,000g (4.29/100g)	1만

출처: 티몰(天猫; 중국의 전자상거래 플랫폼)